



Programma Nazionale Cultura (FESR) 2021-2027 **(Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna e Sicilia)**

Priorità 1 – Ampliamento dell'accesso al patrimonio digitale e rafforzamento della competitività delle imprese culturali e creative
Obiettivo specifico 1.3 – Rafforzare la crescita sostenibile e la competitività delle PMI e la creazione di posti di lavoro nelle PMI, anche grazie agli investimenti produttivi

Azione. 1.3.1 - Promuovere la nascita, la crescita e il posizionamento competitivo delle imprese nei settori culturali e creativi

Comparto Arti visive (inclusa fotografia)

Documento curato da Ales S.p.A con il contributo di Alessandro Leon

Il **Ministero della Cultura**, in vista della pubblicazione degli avvisi previsti ai fini dell'attuazione dell'**Azione 1.3.1. del Programma Nazionale (PN) Cultura 2021-2027**, intende promuovere un confronto con gli *stakeholder* del settore culturale e creativo tramite la condivisione, in modalità digitale, della presente scheda finalizzata a mettere in comune informazioni relative al profilo della filiera e ai suoi fabbisogni, contenente, altresì, una proposta di misure per il suo sostegno.

L'Azione, di seguito illustrata, è rivolta alle **imprese culturali e creative**, le cui attività si basano su valori culturali, espressioni artistiche ed altre espressioni creative individuali o collettive, **operanti nei settori** quali architettura e design, moda e artigianato artistico, audiovisivo (inclusi film, televisione, videogiochi e multimedia, radio), patrimonio culturale tangibile (come archivi, biblioteche e musei) e immateriale, musica, arti dello spettacolo (quali teatro, danza ed altre arti performative), arti visive e fotografia, letteratura, libri ed editoria.

Con lo scopo di definire strumenti attuativi dell'azione idonei ad intercettare al meglio i fabbisogni e le aspettative delle imprese, esaminata la presente scheda, gli *stakeholder* possono sottoporre le loro riflessioni e suggerimenti, compilando l'apposito formulario scaricabile dal sito

1. FINALITÀ GENERALI E OBIETTIVI SPECIFICI DELL'AZIONE 1.3.1 DEL PN CULTURA

L'**Azione 1.3.1** intende assicurare il **rafforzamento delle imprese culturali e creative esistenti** e operanti nelle regioni meno sviluppate (Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna), nonché la **nascita di nuove imprese** culturali e creative, attraverso il **sostegno a nuovi progetti e iniziative culturali**, che stimolino un **crescente mercato pubblico e privato** e che promuovano il **rafforzamento delle specifiche filiere** in cui è articolato il comparto.

Al fine di definire la giusta demarcazione con i programmi regionali, evitando possibili effetti di competizione tra le azioni previste dalle programmazioni di titolarità dei diversi livelli istituzionali, il PN prevede un sostegno focalizzato sulle specifiche filiere del settore le cui imprese potranno fare ricorso non solo al regime de *minimis*, ma anche ai regimi in esenzione secondo il Regolamento generale di esenzione (GBER), distinguendosi in tal modo dalle forme di aiuto più "generalista".

L'Azione sarà attuata mediante uno strumento finanziario combinato, ai sensi degli art. 58-62 del Regolamento (UE) 2021/1060, che prevede come forme di sostegno un mix di prestiti, sovvenzioni e sostegno non finanziario per l'acquisto di servizi specialistici e qualificati connessi al progetto di investimento, tra cui servizi di supporto tecnico ai destinatari dei finanziamenti per l'avvio e la realizzazione degli investimenti. Ciò allo scopo di garantire un più efficace rafforzamento delle capacità di azione degli operatori privati cui si rivolge l'Azione, i quali - pur operando sul mercato - sono notoriamente soggetti a fragilità e instabilità in termini di domanda e possibilità di accesso al credito.

Saranno finanziati progetti imprenditoriali proposti, in forma singola o aggregata, da micro, piccole e medie imprese - ivi incluse le società cooperative di cui all'art. 2511 e seguenti del codice civile - e da imprese sociali, soggetti del Terzo Settore, associazioni e fondazioni, che svolgono attività economica, costituite da oltre 5 anni (imprese esistenti) oppure costituende/costituite da meno di 5 anni (nuove imprese), aventi sede operativa nelle regioni

meno sviluppate e operanti nelle filiere afferenti ai seguenti 8 ambiti:

1. Musica
2. Audiovisivo (inclusi: film/cinema, televisione, videogiochi, software e multimedia, radio)
3. Teatro, danza e altre arti performative
4. Patrimonio culturale materiale e immateriale (inclusi archivi, biblioteche e musei)
5. Arti visive (inclusa fotografia)
6. Architettura, Design
7. Letteratura ed editoria
8. Moda, Artigianato artistico.

L'Azione 1.3.1 prevede il sostegno finanziario a progetti imprenditoriali afferenti alle seguenti tipologie:

- a) progetti di investimento quali **acquisizione di mezzi di produzione e insediamento di nuove attività** che favoriscano l'integrazione di filiera nell'ambito dei settori culturali e creativi interessati;
- b) progetti di **sviluppo di nuovi processi e servizi** da parte di imprese culturali e creative che connettano la conoscenza del territorio e la produzione culturale;
- c) progetti di **innovazione organizzativa** delle imprese promotrici, in grado di promuovere il lavoro di qualità, anche per attrarre e trattenere sul territorio capitale umano già formato.

L'azione prevede, altresì, un sostegno non finanziario (c.d. sovvenzione non finanziaria) per l'acquisto di servizi specialistici e qualificati connessi al progetto di investimento, tra cui servizi di supporto tecnico nella forma del tutoraggio tecnico-gestionale.

2. LO STATO DELL'ARTE, I FABBISOGNI E LE PRIORITÀ DI AZIONE

2.1 Lo stato dell'arte del comparto

Nel comparto delle **Arti visive** - di cui la **fotografia** è una componente rilevante, ma non prevalente - secondo le definizioni correntemente accolte nella letteratura accademica internazionale operano 4 categorie di attori:

- gli individui specializzati nella produzione di beni/servizi (autori, critici, artisti, fotografi, curatori, *art advisor*, periti, ecc.), che rappresentano il sistema di offerta;
- i soggetti privati (collezionisti, proprietari di musei personali, residenze per artisti e spazi espositivi, organizzatori di premi, contest e residenze, collezioni corporate, ecc.), che costituiscono tendenzialmente il sistema della domanda;
- gli enti del terzo settore (associazioni, fondazioni, cooperative, imprese sociali, istituzioni senza collezioni permanenti e finalità di lucro come Biennali, Triennali e Quadriennali, ecc.), che operano a cavallo tra i sistemi di domanda e offerta e si occupano in larga misura delle attività di tutela, gestione e valorizzazione;
- le imprese for profit (gallerie d'arte contemporanea, fiere di settore, antiquari, case d'este, fondi di investimento specializzati, imprese di *handling*, trasporto e allestimento, produttori di mostre temporanee, ecc.), che articolano il sistema distributivo e costituiscono il pendant più contemporaneo di quanti operano nel comparto del patrimonio materiale e immateriale.

Nei fatti il comparto delle arti visive si rivolge alla produzione “contemporanea” di quanto, passato il vaglio critico del giudizio storico, diviene in seguito “patrimonio”: se nel comparto del patrimonio materiale e immateriale sono maggioritari i soggetti pubblici e gli enti non commerciali (musei, biblioteche, archivi, ecc.), nel comparto delle arti visive sono nettamente prevalenti i soggetti privati che operano in mercati ben definiti da specifiche regole di funzionamento, in cui i soggetti pubblici sono largamente minoritari o del tutto assenti.

Ne consegue che, nel caso di specie, i temi più importanti in termini di policy erogativa sono rappresentati dai processi di *market making*: creazione del pubblico, *engagement* della domanda, azioni di sostegno all’imprenditorialità, assistenza nei processi di professionalizzazione, supporto distributivo, accompagnamento nei processi di internazionalizzazione e così via.

Ciò accade perché, secondo quanto sopra descritto, il settore delle arti visive nelle sette regioni in oggetto presenta un panorama variegato, ma nel complesso quantitativamente modesto, geograficamente concentrato nei principali capoluoghi regionali, professionalmente acerbo e ancora dipendente da micro finanziamenti pubblici che non facilitano, ma altrimenti rallentano, la transizione verso forme organizzative di mercato più evolute e finanziariamente sostenibili.

Se le aree meridionali e insulari vantano un patrimonio archeologico e storico-artistico di straordinaria densità e qualità, rispetto alle arti visive contemporanee le medesime regioni rimangono sotto sviluppate, con scarsi collezionisti privati, rari musei e spazi espositivi dedicati, poche organizzazioni non profit attive. Secondo l’ultimo Rapporto sui collezionisti e il mercato dell’arte di Italia, pubblicato da Skira nel 2024, vive nelle sette regioni solo l’8,2% dei collezionisti tricolore di arte contemporanea, design e fotografia; dati simili connotano la densità di galleristi e operatori commerciali. Molte province sono del tutto prive di musei dedicati alle arti contemporanee, sebbene all’estero siano proliferate, in contesti simili, iniziative importanti di arte pubblica, *land & environmental art* o interventi di *street artist*, che hanno avvicinato i pubblici più giovani ai linguaggi visivi contemporanei. A differenza delle regioni centro-settentrionali, dove l’ecosistema delle arti visive contemporanee è più solido, nelle regioni meridionali si avverte la necessità di creare un ecosistema che crei un pubblico e lo coinvolga durevolmente.

Un'altra criticità riguarda la concentrazione degli operatori nelle città metropolitane e una conseguente dispersione nelle aree interne (cfr. *Io sono Cultura*, Fondazione Symbola, 2024). Questo fenomeno contribuisce ad accentuare il divario tra centri e periferie, limitando le opportunità di sviluppo per gli artisti e le organizzazioni che operano in contesti meno centrali. Ciò è insito nella struttura del settore delle arti visive che, come molte altre attività economiche, si sviluppa nelle aree metropolitane in cui si registrano forti accentramenti di risorse, aziende e opportunità (cfr. Alberti F.G., Giusti J.D., *Alla ricerca dei distretti culturali. Un’analisi critica della letteratura*. Liuc Papers n. 229, Serie Management ed economia della cultura. 2 giugno 2009).

Tuttavia, la conformazione del nostro paese e la significatività delle aree interne esigono il mantenimento di equilibri policentrici, con l’obiettivo di diffondere la produzione artistica e le professioni creative in modo capillare sui territori. Inoltre, le arti visive, soprattutto nel Sud Italia, soffrono di una minore significatività "economica" (cfr. Alberti F.G., Giusti J.D., *Alla ricerca dei distretti culturali. Un’analisi critica della letteratura*. Liuc Papers n. 229, Serie Management ed economia della cultura, 2 giugno 2009) rispetto ad altri settori produttivi creativi, come i videogiochi, l'editoria e il cinema (cfr. *Io sono Cultura*, Fondazione Symbola,

2024). Questa situazione si traduce in una minore capacità di attrarre investimenti e generare occupazione, con ripercussioni negative sull'intero comparto.

2.2 I fabbisogni del comparto

Di seguito, si riassumono i principali fabbisogni rilevati del comparto:

a) Spazi: gli attori del comparto hanno bisogno di spazi facilmente accessibili e dai costi di gestione non proibitivi. Potrebbe essere utile un censimento e la valorizzazione di immobili pubblici o privati inutilizzati e sottoutilizzati, da mettere a disposizione di incubatori, attività di *coworking*, *cluster* di soggetti e imprese, con canoni concessori e di locazione gratuiti e/o agevolati, per favorire l'insediamento di realtà culturali che non possono sostenere costi di avviamento elevati, né iter autorizzativi troppo lunghi. Parimenti andrebbero garantite coperture telefoniche e connessioni internet veloci/ultraveloci su tutto il territorio, per permettere a realtà non profit e imprese, sfavorite dalla perifericità delle loro localizzazioni, di superare gli svantaggi della marginalità geografica.

b) Digitalizzazione: i percorsi artistici e produttivi necessitano di un supporto per la transizione digitale, sia per i professionisti che per il pubblico. Serve attivare reti e aggregazioni, anche tramite portali digitali, per facilitare l'accesso a conoscenze, informazioni e partnership. Si evidenzia la necessità di sviluppare piattaforme per la promozione delle opere d'arte; implementare le infrastrutture tecnologiche e garantire un accesso *user-friendly* alle risorse online. Il comparto potrebbe beneficiare dal rientro – anche temporaneo - di creativi e artisti italiani residenti all'estero o dall'attivazione di progetti di residenza di artisti/creativi stranieri, così da fertilizzare aree ricettive prive di competenze e allinearle alle migliori pratiche internazionali.

c) Diffusione e valorizzazione di eventi, prodotti e servizi culturali: il gap nella distribuzione e promozione dei prodotti culturali nelle regioni meridionali e insulari richiede interventi (es. piattaforme digitali) e risorse economiche utili a supportare i processi di nazionalizzazione e internazionalizzazione per valorizzare i talenti locali e raggiungere *art lover* tricolori e internazionali. Questi ultimi rappresentano, infatti, il segmento di visitatori alto-spendenti a cui mirano molte località italiane ad alto tasso turistico (ad es. il successo di iniziative private come *Italics/Panorama* all'Aquila, Procida e Monopoli; gli interventi della Fondazione Elpis o gli eventi internazionali come *Manifesta*, Palermo 2018). Far conoscere uno spazio espositivo, una nuova galleria o una residenza per artista ad un pubblico extra-regionale è una attività che spesso viene affidata a professionisti non presenti nelle regioni di produzione. Attivare competenze nel Mezzogiorno è di beneficio sia per la circolazione delle professionalità locali, che per gli operatori che intendono farsi conoscere a livello nazionale ed europeo pur rimanendo sui territori originali.

d) Hub creativi: emerge la necessità di spazi di collaborazione come hub professionali per operare in modo inter e multidisciplinare, adatti a un settore caratterizzato in prevalenza da freelance e micro-imprese. Servono infrastrutture per sviluppare attività e coinvolgere il pubblico (es. la riconversione di ex aree industriali e proprietà demaniali dismesse, esercizi commerciali chiusi, ecc.) in cluster creativi polifunzionali, in cui convivano funzioni commerciali (spazi di *coworking*, attività *retail*, ristorazione, laboratori di *refitting/upselling* di articoli vintage, ecc.) con atelier d'attività non profit (spazi per la formazione e lo studio, espositivi e per *clubbing*, *concierge* di quartiere, *library of things*, residenze artistiche, ecc.) che offrano anche consulenza specialistica e stimolino sinergie e co-progettazione.

e) Networking nazionale e internazionale: la creazione di network nazionali e internazionali più solidi e ramificati è un'altra esigenza fondamentale per il rafforzamento e la crescita delle realtà meridionali e insulari. Attivare cluster regionali per favorire la cooperazione tra realtà locali diverse, attivando processi di cooperazione, potenziando le opportunità per i soggetti che nei mesi estivi organizzano *residenze* e workshop (ad es. programmi che avvicinano i giovani creativi internazionali agli artigiani tradizionali) e che negli altri periodi dell'anno offrono *special program (study abroad)* settimanali o bisettimanali) in collaborazione con musei, centri di ricerca, accademie e fondazioni internazionali; così da allargare i network relazionali, promuovere la conoscenza di territori in larga misura ignoti e incrementare le chance di proseguire i rapporti in termini professionali.

f) Sostegno all'imprenditorialità: attivare unità/sportelli di consulenza legale sui temi giuridici più importanti (es. *governance*, modelli statutari, procedure costitutive, certificazioni, adempimenti previdenziali, aspetti fiscali e tributari, temi di diritto industriale e diritti di proprietà intellettuale, depositi di brevetti, adempimenti Siae, procedure di tutela in ambito comunitario, modelli contrattuali, assistenza giuridica nei processi di internazionalizzazione, ecc.). Favorire processi di semplificazione amministrativa con *single point of contact* in cui gestire tutte le pratiche necessarie per realizzare eventi culturali (permessi, titoli autorizzativi, collaudi, agibilità, sicurezza), ottenere template, modulistica e modelli standard di *business plan* e di budget, bilanci e strumenti di rendicontazione, tutti utilizzabili online, potenziando il sistema di autocertificazioni.

g) Accesso al credito: diffondere una mentalità e una visione "di impresa" che permetta di accedere a incentivi finanziari e sgravi fiscali per i soggetti che decidono di intraprendere il percorso di crescita verso assetti societari, attivando consulenze in campo finanziario, per strumenti fidejussori (ad es. accordi quadro di comparto con istituti di credito specializzati, ecc.). Favorire incontri con fondi di *private equity*, banche e investitori istituzionali, nazionali e internazionali, per l'accesso a capitali privati.

h) Mentoring e coaching imprenditoriale: rafforzare il dialogo tra accademie, università, *corporate academy* e mercato del lavoro (ad es. percorsi e occasioni che rispondano alle esigenze di artisti, fotografi, curatori, galleristi e organizzatori di eventi espositivi), considerando che i programmi formativi più tradizionali non dotano di strumenti conoscitivi minimi per intraprendere attività di carattere professionale e/o aziendale. Prevedere programmi di *coaching* e *mentoring* imprenditoriale imperniati sul management culturale *latu sensu* (ad es. dedicati alla conoscenza del diritto d'autore e di *intellectual property*, rudimenti fiscali e tributari, competenze basiche nella gestione, promozione e vendita delle opere contemporanee; competenze nel *fundraising* che diversifichino le fonti di finanziamento e garantiscano la sostenibilità a lungo termine dei progetti).

2.3 Le priorità per il comparto rispetto alle tipologie di progetti previsti dall'azione 1.3.1 del PN Cultura

Tipologie progetti (come da az. 1.3.1)	Priorità per la filiera
a) progetti di investimento quali acquisizione di mezzi di produzione e insediamento di nuove attività che favoriscano l'integrazione di filiera nell'ambito dei settori culturali e creativi interessati	Investimenti che favoriscano l'integrazione di filiera: <ul style="list-style-type: none"> - sostegno ad acquisizioni di attrezzature e tecnologie per la produzione artistica, che consentano di completare le filiere produttive nei territori riducendo la dipendenza da fornitori esterni (ad es. laboratori di stampa 3D, restauro, digitalizzazione e post-produzione); - insediamento di nuove attività che completino la filiera (ad es. laboratori,

	<p>servizi di allestimento, di marketing e comunicazione) specializzati nel settore delle arti contemporanee, in particolare nelle aree più deboli dei territori regionali;</p> <ul style="list-style-type: none"> - creazione di depositi condivisi per il noleggio gratuito o a canoni agevolati delle strutture e dei device per gli allestimenti (ad es. pareti mobili, <i>digital signage</i>, video proiettori, impianti audio e regia, luci, ecc.). <p>Innovazione tecnologica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - acquisizione di tecnologie digitali per la produzione di opere d'arte (ad es. stampa 3D, <i>laser cut</i>, realtà virtuale e aumentata), creazione di spazi di <i>coworking</i> e <i>fablab</i>, per artisti e creativi, dotati di attrezzature condivise e servizi di supporto alla produzione; - sviluppo di piattaforme online per la vendita, promozione e fruizione di opere d'arte. <p>Sostenibilità:</p> <ul style="list-style-type: none"> - investimenti in tecnologie e processi produttivi a basso impatto ambientale; - acquisizione di attrezzature per il riciclo e il riuso di materiali.
<p>b) progetti di sviluppo di nuovi processi e servizi da parte di imprese culturali e creative che connettano la conoscenza del territorio e la produzione culturale;</p>	<p>Connessioni tra conoscenza del territorio e produzione culturale:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sviluppo di progetti artistici legati ai linguaggi contemporanei che valorizzino il patrimonio storico, archeologico e ambientale dei territori (ad es. residenze d'artista, laboratori, percorsi tematici e installazioni <i>site-specific</i>), che ibridino i linguaggi delle arti visive contemporanee con i patrimoni storicizzati, dando loro un nuovo senso e attirando nuovi pubblici; - creazione di applicazioni e piattaforme digitali per mettere in rete luoghi d'arte, spazi espositivi polifunzionali, artisti, fotografi, creativi, artigiani e tradizioni locali (ad es. atlanti/mappe regionali analoghe a quelle realizzate in Piemonte o Friuli Venezia Giulia); - promozione di forme di turismo culturale legate alle arti contemporanee, con itinerari, eventi e esperienze immersive, collegati alle forme più recenti di turismo lento e nomadismo digitale. <p>Innovazione di processo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sviluppo di nuovi modelli di business per la produzione e distribuzione di opere d'arte, basati su tecnologie digitali; - acquisto di servizi innovativi per le imprese e gli artisti (ad es. consulenza legale e fiscale, supporto alla comunicazione e al fundraising, organizzazione di incontri con buyer esteri, assistenza specialistica nelle tematiche internazionali per orientarsi sui nuovi mercati). <p>Accessibilità e inclusione:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sviluppo di progetti e servizi che rendano l'arte accessibile a un pubblico ampio e diversificato, coinvolgendo le generazioni più giovani (ad es. sinergie con reti e festival emergenti al Sud e nelle Isole, musicali e performativi, che attraggono già pubblici nazionali e internazionali).
<p>c) progetti di innovazione organizzativa delle imprese promotrici, in grado di promuovere il lavoro di qualità, anche per attrarre e trattenere sul territorio capitale umano già formato</p>	<p>Promozione del lavoro di qualità:</p> <ul style="list-style-type: none"> - introduzione di modelli organizzativi che valorizzino le competenze, garantiscano condizioni di lavoro eque e retribuzioni adeguate, favorendo il passaggio da forme associative a forme d'impresa e la stabilizzazione dei rapporti di lavoro; - organizzazione di incontri periodici, in presenza, dedicati alle comunità professionali, finalizzati alla costruzione di partnership <i>versus</i> competizione di mercato, per agevolare la conoscenza reciproca e co-pianificazione; - partecipazione a fiere, borse e forum di settore in Italia e all'estero, per far conoscere iniziative sperimentali di soggetti locali;

	<ul style="list-style-type: none"> - costituzione di <i>competence center</i> locali per fornire servizi di <i>mentoring</i>, <i>business planning</i>, <i>advisory</i> tecnica, manageriale e finanziaria alle start up e risorse di <i>temporary management</i> alle realtà in fase di transizione (da associazioni a imprese, da ditte individuali a società di capitali, da soggetti operanti sul mercato regionale a operatori nazionali, ecc.) <p>Attrattività e ritenzione dei talenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sviluppo di strategie per attrarre e trattenere capitale umano qualificato nel territorio e attivazione di iniziative avanzate, online e offline, finalizzate alla definizione di percorsi specifici per la certificazione delle competenze; - creazione di reti di collaborazione tra imprese, università e centri di ricerca per favorire l'innovazione e lo scambio di conoscenze. <p>Sostenibilità organizzativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - adozione di modelli di <i>governance</i> trasparenti e partecipativi; - adozione di strumenti per la realizzazione di ambienti di lavoro inclusivi e rispettosi delle diversità; - adozione di strumenti per la misurazione e la rendicontazione dell'impatto sociale d'impresa.
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



COESIONE ITALIA 21-27

CULTURA